

Beratungsbedarf und Informationsstrategien im Erziehungsalltag

**Ergebnisse einer Elternbefragung in Nürnberg
zum Thema Familienbildung und Elterninformation**

Adelheid Smolka



Eine Initiative des Jugendamtes
im Bündnis für Familie

Inhalt

Wichtige Ergebnisse in Stichpunkten	3
1. Ausgangslage und Zielsetzung.....	4
2. Methodisches Vorgehen.....	5
3. Kurze Stichprobenbeschreibung.....	6
4. Ausgewählte Ergebnisse	7
4.1 Einstellungen	7
Einstellung zur Berufstätigkeit in Partnerschaft und Familie.....	7
Erziehungsverantwortung der Eltern	8
4.2 Beratungs- und Informationsbedarf.....	9
Unsicherheit in Erziehungsfragen.....	9
Gewünschte Themenbereiche.....	10
4.3 Informationsstrategien und Mediennutzung	11
Ansprechpartner bei Fragen und Problemen in der Erziehung.....	11
Nutzung allgemeiner Medien.....	12
Nutzung spezieller Medien für Eltern und Familie	13
4.4 Nutzung familienbildender Angebote	14
Kenntnis und Nutzung familienbildender Angebote.....	14
Art und Veranstalter der genutzten Angebote	15
Barrieren gegenüber einer Nutzung familienbildender Angebote	16
4.5 Aufbereitung und Zugangsweg der Information	17
Gewünschte Aufbereitung von Informationen.....	17
Form und Zugangsweg von Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen.....	18

Wichtige Ergebnisse in Stichpunkten

- Mehr als vier Fünftel der 311 befragten Eltern schätzen ihren erzieherischen Einfluss im Vergleich zu anderen Erziehungsinstanzen als sehr groß ein. Die Hälfte der befragten Eltern gibt aber auch an, sich in der Erziehung ihrer Kinder manchmal unsicher zu fühlen. Nur 10% der Mütter und Väter stellen ihre eigenen Erziehungsmethoden nie in Frage.
- Bei Fragen oder Problemen in der Erziehung wenden sich Eltern zuerst an Familienmitglieder, Verwandte oder Freunde. Rat suchen Eltern also zunächst bei Personen, die sie gut kennen und mit denen sie ohnehin Kontakt pflegen. Die nächste wichtige Anlaufstelle bilden LehrerInnen und ErzieherInnen. Seltener werden andere Fachleute von außen genannt: Dabei stehen (Kinder-)Ärzte und Lehrer an erster Stelle.
- Elternzeitschriften und Informationsbroschüren werden von fast der Hälfte der befragten Eltern in Nürnberg gelesen und stellen damit die wichtigsten Informationsmedien für Eltern dar. Das Internet ist dagegen ein noch deutlich weniger verbreitetes Medium, in dem sich nur ein knappes Drittel der befragten Eltern über Familien- und Erziehungsfragen informiert.
- Schule und Ausbildung werden am häufigsten als Themenbereiche genannt, zu denen sich Eltern Informationen und Beratung wünschen. Auch bei Problemen mit ihren pubertierenden Kindern hätten Eltern gern mehr Information und Unterstützung.
- 9% der befragten Eltern haben noch nie von Angeboten der Familienbildung gehört, knapp ein Drittel hat davon gehört, aber nutzt sie nicht, 15% nehmen familienbildende Angebote regelmäßig in Anspruch.
- Als Gründe für eine Nichtnutzung von familienbildenden Angeboten werden neben Zeitmangel insbesondere fehlendes Interesse an den angebotenen Themen bzw. Defizite der Angebotspassung an die persönliche Erziehungssituation angegeben.
- Die Mehrheit der Eltern möchte zu Familien- und Erziehungsfragen informiert werden. Über die Form und den gewünschten Zugangsweg gibt es jedoch unterschiedliche Vorstellungen.

1. Ausgangslage und Zielsetzung

Nach § 16 des Kinder- und Jugendhilfegesetzes (KJHG) haben alle Eltern ein Recht darauf, in ihren Erziehungsaufgaben unterstützt und gefördert zu werden. Leistungen zur Förderung der Erziehung in der Familie sollen dazu beitragen, dass Mütter, Väter und andere Erziehungsberechtigte ihre Erziehungsverantwortung besser wahrnehmen können. Denn nicht alle Eltern sind in demselben Maße in der Lage, ihren Kindern optimale Bedingungen für ihre Entwicklung zu bieten. Während ein Teil der Kinder von ihren Eltern vielseitig angeregt und intensiv gefördert wird, fühlen sich andere Eltern von ihren Erziehungsaufgaben überfordert und lassen Basiskompetenzen vermissen. Ökonomische Restriktionen kommen häufig noch hinzu. Die Lebensbedingungen von Kindern entwickeln sich somit tendenziell in unterschiedliche Richtungen. Um bereits frühzeitig möglichen Familien- und Erziehungsproblemen vorzubeugen, ist es daher notwendig, insbesondere diejenigen Eltern, die hinsichtlich der Erziehung ihrer Kinder weniger leistungsfähig sind, mit speziellen Angeboten anzusprechen.

Zentrale Ansatzpunkte in der Ausgestaltung der Leistungen und Angebote zur Familienbildung sind die Konzepte der Prävention und der Niederschwelligkeit. Niederschwelligkeit hat sich in der sozialen Bildungs- und Beratungsarbeit als ein Konzept etabliert, mit dessen Hilfe auch weniger bildungsgewohnten Eltern einen voraussetzungsarmen Zugang zu familien- und erziehungsunterstützender Hilfe und Beratung eröffnet werden soll. Dies ist umso wichtiger, als gerade weniger leistungsfähige Familien oft schwer erreichbar sind und zudem kaum Informationen über ihre spezifischen Bedarfslagen vorliegen. Neben der Weiterentwicklung der konzeptionellen und inhaltlichen Aspekte der Familienarbeit muss daher ein zusätzlicher Schwerpunkt auf die Erfassung und Analyse der bestehenden Bedarfe von Familien in ihren sehr unterschiedlichen Lebenslagen gesetzt werden. Dafür ist es unumgänglich, mehr Kenntnisse über die Bedürfnisse von Familien hinsichtlich Information und Beratung zu Familien- und Erziehungsfragen und über die Nutzung(sbereitschaft) von Medien zu erlangen.

Im Rahmen der Kampagne Erziehung, die derzeit in Nürnberg durchgeführt wird, sollen speziell Erkenntnisse über die hier lebenden Familien gewonnen werden, um gezielter weitere Gruppen in die präventive Familienarbeit einbeziehen zu können.

Das **ifb** hat daher eine empirische Untersuchung zu diesem Thema durchgeführt. Folgende Forschungsfragen standen dabei im Mittelpunkt der Untersuchung:

Beratungs- und Informationsbedarf

- Zu welchen Bereichen der Erziehung wünschen sich Eltern Information und Beratung?
- Gibt es hier Unterschiede zwischen Eltern in verschiedenen Familienformen und Phasen der Familienentwicklung?

Mediennutzung und Informationsstrategien

- An welche Personen und Einrichtungen wenden sich Eltern im Bedarfsfall, z.B. wenn sie ein Erziehungsproblem haben?
- Welche Medien nutzen Eltern, um Informationen zur Familien- und Erziehungsfragen zu erhalten?
- Welche Medien eignen sich besonders zur Vermittlung von Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen?

Kenntnis und Nutzung von familienbildenden Angeboten

- Welche Angebote und Einrichtungen der Familienbildung nutzen Eltern bereits?
- Welche Zielgruppen werden von den unterschiedlichen Angeboten bislang erreicht?
- Lassen sich bestimmte Gruppen von Eltern als „Nichtnutzer“ ausmachen?

Form und Zugangswege von Informationen

- Mit welchen Angeboten und über welche Medien können Eltern erreicht werden?
- In welcher Form und auf welchem Weg wünschen sich Eltern Informationen?

2. Methodisches Vorgehen

Hauptbestandteil der Studie „Beratungsbedarf und Informationsstrategien im Erziehungsalltag“ war eine repräsentative Telefonbefragung. Neben 1.013 zufällig ausgewählten Müttern und Vätern aus ganz Bayern wurden 311 Mütter und Väter aus Nürnberg in standardisierter Form befragt. Voraussetzung für die Teilnahme an der Befragung war lediglich mindestens ein minderjähriges Kind im Haushalt, unabhängig von der Lebensform der Eltern.

3. Kurze Stichprobenbeschreibung

Im Rahmen der telefonischen Erhebung in der Stadt Nürnberg wurden insgesamt 311 Eltern befragt. Davon waren rund zwei Drittel Mütter sowie – gemäß unseren Vorgaben – knapp ein Drittel Väter (30,9 %).

92,3 % der befragten Personen besitzen die deutsche, 7,7 % eine andere Staatsangehörigkeit. Die Quote nicht-deutscher Eltern liegt somit trotz des Zufallsverfahrens relativ niedrig: Der vom Amt für Stadtforschung und Statistik der Stadt Nürnberg ermittelte Anteil ausländischer Eltern in der Stadt Nürnberg liegt bei 18,8 %. Das Problem eines unterdurchschnittlichen Anteils ausländischer Familien in solchen Stichproben – i.d.R. aufgrund von Sprachproblemen – ist jedoch aus anderen Bevölkerungsumfragen bekannt und somit nicht auf Defizite dieser Erhebung zurückzuführen.

Das Alter der Befragten liegt zwischen 23 und 56 Jahren, wobei drei Viertel der Befragten (80,7 %) zwischen 31 und 45 Jahren alt sind.

26,3 % der Befragten haben einen Hauptschulabschluss, 38,3 % haben mittlere Reife und ein Drittel der Befragten (33,8 %) hat Abitur bzw. Fachabitur. Wie der Vergleich mit allen Nürnberger Personen mit Kindern im Haushalt zeigt (vgl. Tab. 1), liegt das Bildungsniveau der Eltern in der Stichprobe insgesamt etwas höher. Dies spiegelt sich auch in dem etwas höheren Einkommensniveau in der Stichprobe wider.

Tab. 1: Verteilung nach höchstem Schulabschluss

Schulabschluss	Stichprobe	alle Personen mit Kindern im Haushalt in Nürnberg
Hauptschulabschluss	26,3 %	34,0 %
Mittlere Reife	38,3 %	29,4 %
Abitur/Fachabitur	33,8 %	32,5 %

Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002; Amt für Stadtforschung und Statistik der Stadt Nürnberg

81,7 % der Befragten sind verheiratet und leben mit ihrem Ehepartner bzw. ihrer Ehepartnerin zusammen (alle Personen mit Kindern im Haushalt in Nürnberg: 77,4 %). Mit 45 % machen die Familien mit zwei Kindern den größten Anteil der befragten Familien in Nürnberg aus, 31,5 % haben ein Kind und 23,4 % der Befragten haben drei oder mehr Kinder. 10 % der befragten Personen sind alleinerziehend, die amtliche Statistik der Stadt Nürnberg weist für 1999 einen Alleinerziehendenanteil von 15 % aus (Quelle: Dokumentation der Auftaktveranstaltung des Bündnisses für Familie 2001).

Mit 9 % liegt der Anteil lediger Personen in der Stichprobe nur geringfügig höher als in der Gesamtbevölkerung in Nürnberg (alle Personen mit Kindern im Haushalt: 8,3 %).

Vergleicht man insgesamt die Stichprobe mit der Gesamtheit der Personen mit mindestens einem minderjährigen Kind im Haushalt in Nürnberg, so zeigt sich trotz der relativ kleinen Stichprobe eine durchaus akzeptable Ähnlichkeit.

4. Ausgewählte Ergebnisse

Die im folgenden beschriebenen Ergebnisse basieren auf der telefonischen Befragung von 311 Müttern und Vätern in Nürnberg. Grundsätzlich fällt auf, dass sich in Nürnberg generell kaum Unterschiede nach Geschlecht, Alter, Bildungs- oder Einkommensniveau nachweisen lassen. Bei den meisten Themen sind sich die befragten Mütter und Väter erstaunlich einig. Lediglich in wenigen Bereichen, wie z.B. bei der Nutzung des Internets, zeigen sich Unterschiede.

4.1 Einstellungen

Um einen Eindruck davon zu erhalten, wie Eltern ihre Situation in Partnerschaft und Familie generell einschätzen, wurden während des Interviews auch einige grundsätzliche Einstellungen abgefragt.

Einstellung zur Berufstätigkeit in Partnerschaft und Familie

Die Antworten auf die Frage nach der Einstellung zur Berufstätigkeit in einer Partnerschaft bzw. Ehe spiegeln in weiten Teilen traditionelle Rollenmuster wider (vgl. Tab. 2):

Während 90,0 % der Befragten für eine Vollzeiterwerbstätigkeit beider Partner plädieren, solange noch kein Kind da ist, befürworten diese Option nur noch zwei Prozent der Befragten nach der Geburt eines Kindes und zwar solange das Kind unter drei Jahre alt ist. In dieser Zeit halten es fast vier von fünf Müttern und Vätern für richtig, wenn ein Partner voll arbeitet und der andere überhaupt nicht erwerbstätig (78,8 %) ist. Wenn das jüngste Kind im Kindergarten ist, finden diese Lösung nur noch gut ein Drittel der Befragten (32,2 %) richtig, dagegen halten es mehr als die Hälfte (57,9 %) nun für die beste Lösung, wenn ein Partner Vollzeit, der andere Teilzeit erwerbstätig ist. Obwohl im Rahmen dieser Studie nicht explizit danach gefragt wurde, kann u.a. aufgrund der aus anderen Studien bekannten Ergebnisse davon ausgegangen werden, dass die Aufgabe

bzw. Einschränkung der Erwerbstätigkeit in der Regel von den Frauen erwartet wird. Generell zeigen die Antworten, dass mit zunehmendem Alter der Kinder auch eine zunehmende Erwerbsbeteiligung des zweiten Elternteils positiv gesehen wird.

Tab. 2: Einstellungen zur Berufstätigkeit in Partnerschaft und Familie

	beide Partner Vollzeit	ein Partner Vollzeit, der andere nicht erwerbstätig	ein Partner Vollzeit, der andere Teilzeit	sonstiges bzw. weiß nicht
Solange noch keine Kinder da sind	90,9 %	1,3 %	3,2 %	4,5 %
Solange ein Kind unter 3 Jahren im Haushalt lebt	1,9 %	78,8 %	12,9 %	6,5 %
Solange das jüngste Kind noch im Kindergarten ist	3,9 %	32,2 %	57,9 %	6,1 %
Solange das jüngste Kind noch in die Grundschule geht	7,4 %	16,4 %	72,0 %	4,1 %

Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

Denn es geben 47,5 % der Befragten an, dass beide Elternteile ihre Berufstätigkeit zugunsten der Kindererziehung reduzieren sollten. Dies zeigt, dass zwar noch weitgehend das traditionelle Modell in den Köpfen verankert ist, aber dennoch der Wunsch existiert, dass auch die Väter ihren Teil zum Familienleben und zur Kindererziehung beitragen und auch ihre Prioritäten zugunsten der Familie verändern. Diese Einstellung wird insbesondere von Befragten mit mittlerem und höherem Bildungsniveau vertreten.

Erziehungsverantwortung der Eltern

86,5 % der Befragten schätzen den erzieherischen Einfluss der Eltern als „sehr groß“ und weitere 12,3 % als „eher groß“ ein. Unterschiede nach Geschlecht oder Bildungsniveau lassen sich hier nicht ausmachen. An zweiter Stelle kommt in der Einschätzung der befragten Eltern der Kindergarten, dessen Einfluss man zu 81 % als eher bzw. sehr groß einschätzt. Auch die Schule wird von 76,2 % der befragten Mütter und Väter als großer oder sehr großer erzieherischer Einflussfaktor wahrgenommen, während Kinderkrippen offenbar als weniger einflussreich betrachtet werden. Nur die Hälfte der befragten Eltern (50,7 %) sind der Meinung, dass Kinderkrippen einen großen oder sehr großen erzieherischen Einfluss auf Kinder ausüben.

Damit sind in der Einschätzung der Befragten die Eltern eindeutig die entscheidende Instanz für die Erziehung ihrer Kinder. Diese Ergebnisse decken sich mit anderen Forschungsergebnissen, die darauf hinweisen, dass viele Eltern das eigene Erziehungsverhalten als entscheidend für die Persönlichkeitsentwicklung ihres Kindes erachten.

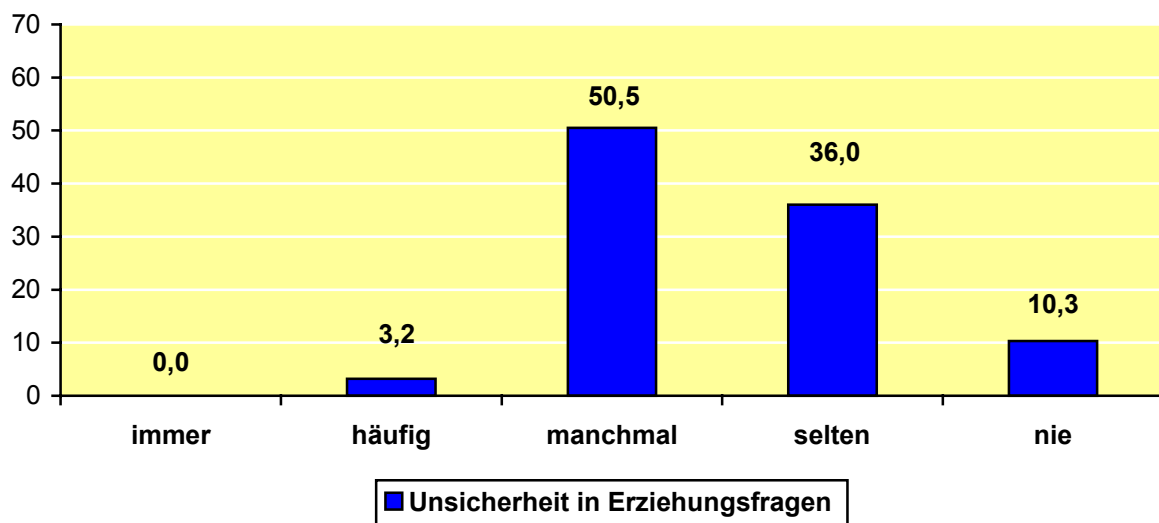
4.2 Beratungs- und Informationsbedarf

Die befragten Eltern sollten im Rahmen der Studie auch die Gelegenheit erhalten, ihren Bedarf und ihre Vorstellungen an Information und Beratung im Erziehungsalltag zu formulieren. Um herauszufinden, welchen Bedarf an Information und Beratung in Erziehungsfragen sie haben, wurden die Eltern deshalb zunächst danach befragt, ob sie sich in der Erziehung ihrer Kinder grundsätzlich unsicher fühlen. In einem zweiten Schritt wurde dann erhoben, in welchen Bereichen sich Eltern Informationen und Beratung wünschen.

Unsicherheit in Erziehungsfragen

Auf die Frage, ob sie sich in der Erziehung unsicher fühlen, geben 50,5 % der befragten Eltern an, manchmal unsicher zu sein. Etwas geringer ist der Anteil derjenigen Befragten, die erklären, selten (36,0 %) oder nie (10,3 %) unsicher in Erziehungsfragen zu sein (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Unsicherheit in Erziehungsfragen



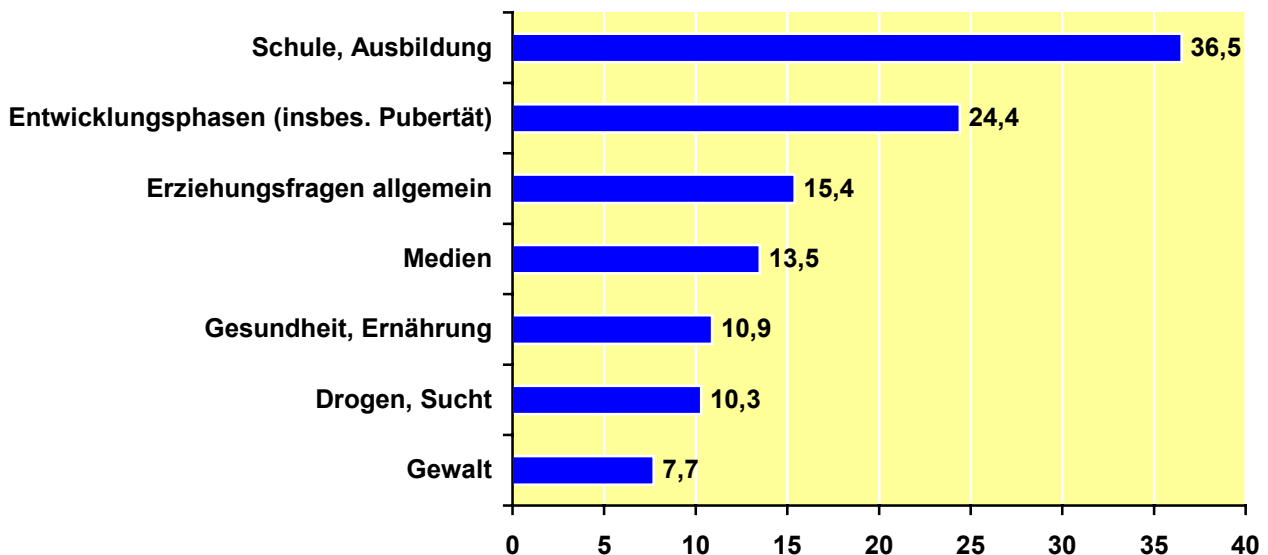
Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

Dieses Ergebnis lässt sich sicherlich als ein Beleg für die Notwendigkeit interpretieren, Eltern durch Beratungs- und Bildungsangebote in ihrem Erziehungsalltag zu begleiten.

Gewünschte Themenbereiche

In welchen Bereichen der Erziehung fühlen sich Eltern unsicher und wo würden sie sich mehr Information oder Beratung wünschen? Nachdem diese Frage in der – ansonsten standardisierten – telefonischen Befragung offen gestellt wurde und die befragten Eltern frei äußern konnten, was ihnen hierzu einfiel, wurden hier viele unterschiedliche Bereiche und Interessengebiete genannt. Die meisten Antworten lassen sich gleichwohl in einige wenige Hauptkategorien einteilen (vgl. Abb.2):

Abb. 2: Themenbereiche, zu denen sich Eltern Beratung oder Hilfestellung wünschen



Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

Insgesamt haben bei dieser Frage nur etwa die Hälfte der Befragten (n = 156) Wünsche geäußert. Interessanterweise steht der Bereich Schule und Ausbildung an erster Stelle der von den Eltern genannten Themenbereiche. Dieses Ergebnis, das zunächst vielleicht etwas überraschend erscheinen mag, lässt sich zum einen mit dem hohen Anteil an Eltern mit Kindern im Schulalter (6-18 Jahre: 52,7 %) in der Stichprobe erklären. Die Daten zeigen, dass Fragen, die mit Schule und Ausbildung zu tun haben, insbesondere Eltern auf den Nägeln brennt, deren Kinder sich im – oder auch kurz vor dem – Schulalter befinden. Als eine weitere Erklärung für die große Bedeutung dieses Themenbereichs lässt sich möglicherweise die zum Zeitpunkt der Befragung intensive öffentliche

Diskussion um die Ergebnisse der PISA-Studie anführen, die das Thema Schule gerade in diesen Wochen sehr in das Bewußtsein der breiten Öffentlichkeit gerückt hat.

An zweiter Stelle der Themenbereiche, zu denen sich die befragten Eltern Information und Beratung wünschen, steht der Komplex „Entwicklungsphasen“, wobei damit in vielen Fällen insbesondere die Pubertät gemeint ist. Erziehungsfragen und Gesundheit und Ernährung werden dagegen häufiger von Eltern mit kleineren Kindern als Themenfelder genannt, in denen sie gerne Beratung oder Hilfestellung hätten. Drogen und Sucht, Gewalt und Medien bereiten eher Eltern mit bereits größeren Kindern Sorgen. Insbesondere Drogen und Sucht sind ein Thema, das deutlich öfter von Eltern mit Kindern ab 12 Jahren genannt wird als von Eltern mit jüngeren Kindern.

4.3 Informationsstrategien und Mediennutzung

Was tun Eltern, wenn sie Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen benötigen? Welche Medien nutzen sie zur Informationsgewinnung und an welche Personen und Einrichtungen wenden sie sich, um Rat oder Unterstützung zu erhalten?

Um Informationen über die Gelegenheitsstrukturen von Eltern, d.h. darüber, welche Informationsquellen und Angebote von Eltern bereits genutzt werden sowie über ihre Suchstrategien, d.h. welche Personen bzw. welche Medien als potentielle Informationsquellen gesehen werden, zu bekommen, wurden in der Erhebung verschiedene Fragenbatterien zur Mediennutzung allgemein, zur Nutzung spezieller Medien für Eltern und Familien sowie zu den bevorzugten Ansprechpersonen bei Fragen oder Problemen in der Erziehung abgefragt.

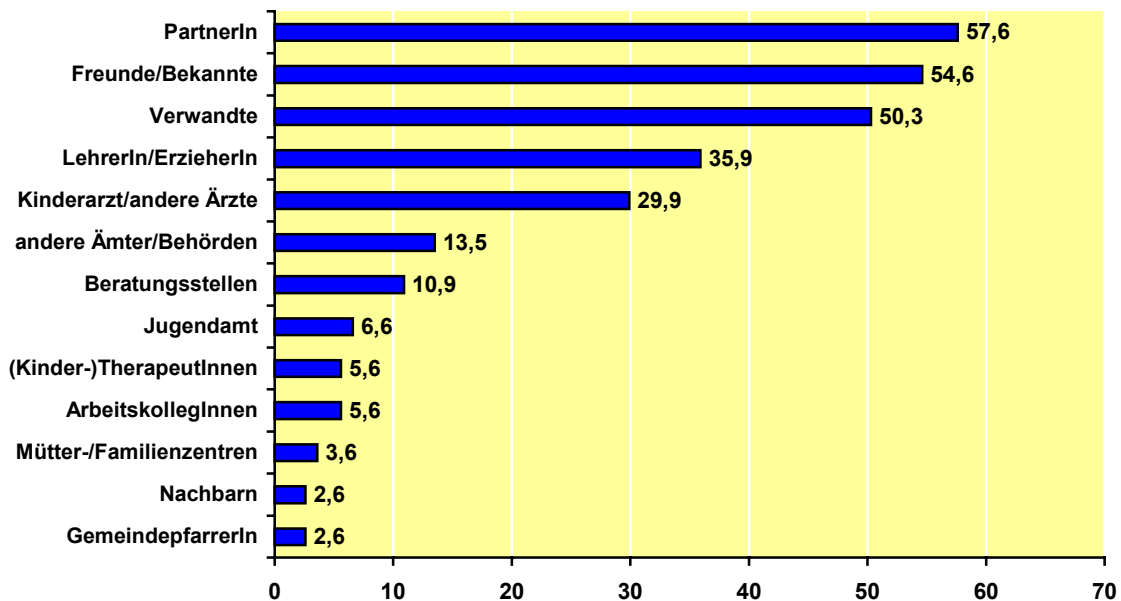
Ansprechpartner bei Fragen und Problemen in der Erziehung

Die Antworten auf die Frage, an wen Eltern sich bei Familien- und Erziehungsfragen wenden (würden), zeigen, dass in solchen Fällen das Gespräch und der Rat überwiegend innerhalb der Familie und des Freundeskreises gesucht wird (vgl. Abb. 3).

57,6 % der Befragten geben an, solche Fragen mit ihrem Partner bzw. ihrer Partnerin zu besprechen, 50,3 % würden sich an Verwandte und 54,6 % an Freunde und Bekannte wenden. Damit steht das primäre (Familie) und das sekundäre (Freundeskreis) soziale Netzwerk klar an erster Stelle der Ressourcen von Eltern in Familien- und Erziehungsfragen. Deutlich weniger gefragt sind Experten wie Lehrer/innen und Erzieher/innen (35,9 %) und (Kinder)Ärzte (29,9 %), jedoch sind sie immer noch wesentlich

wichtigere Anlaufstellen für Eltern als Ämter und Behörden. Nur 6,6 % der befragten Eltern geben an, sich in Familien- und Erziehungsfragen direkt an das Jugendamt zu wenden. Die anderen Ämter oder Behörden (13,5 %) wurden nicht weiter differenziert.

Abb. 3: Ansprechpartner oder Anlaufstellen bei Fragen und Problemen in der Erziehung



Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

Nutzung allgemeiner Medien

Als wichtigste allgemeine Informationsmedien werden erwartungsgemäß Fernsehen (96,1 %), Tageszeitungen (85,9 %) und Radio (81,6 %) genannt. Daneben sind Fachbücher (64,1 %) und Informationsblätter und -broschüren (56,6 %) für mehr als die Hälfte der befragten Eltern wichtige allgemeine Informationsquellen.

Im Gegensatz zu diesen Medien, die von der Mehrheit der Eltern genutzt werden, stellt das Internet eine deutlich voraussetzungsreichere Möglichkeit der Informationsbeschaffung dar. Als allgemeines Informationsmedium wird das Internet in der Hauptsache nur von Eltern genutzt, die zuhause einen Computer mit Internetzugang haben. Zwar besitzen in Nürnberg rund zwei Drittel (66,0 %) aller befragten Familienhaushalte mindestens einen internetfähigen PC, „online“ zu sein, ist jedoch deutlich bildungsabhängig: Während etwa bei Befragten mit niedriger Bildung weniger als die Hälfte (44,2 %) einen Internetanschluss besitzen, sind es bei Befragten mit (Fach-)Hochschulreife 77,9 %. Eltern, die zuhause keine Möglichkeit haben, im Internet zu „surfen“, nutzen es auch

kaum als Informationsquelle. Dies trifft u.a. besonders auf Alleinerziehende zu, bei denen eine häusliche Ausstattung mit einem internetfähigen Computer mit 35,5 % weit weniger verbreitet ist als bei Zwei-Eltern-Familien (69,3 %), was sicherlich u.a. auch mit den damit verbundenen Kosten erklärt werden kann.

Nutzung spezieller Medien für Eltern und Familie

Spezielle Medien zum Thema Familie und Erziehung werden von den befragten Eltern nur teilweise in Anspruch genommen (vgl. Tab. 3).

Tab. 3: Häufigkeit der Nutzung spezieller Medien für Eltern und Familien

Medien	mehrmals im Jahr oder öfter		seltener	nie
		davon: mind. 1x pro Monat		
Zeitschriften für Eltern/Familie	47,6 %	29,5 %	23,0 %	30,3 %
Informationsbroschüren von Einrichtungen und Behörden	45,3 %	17,5 %	30,7 %	12,9 %
Eltern- und Erziehungsratgeber in Buchform	34,7 %	22,7 %	39,4 %	35,0 %
Elternbriefe (z.B. Peter-Pelikan-Briefe)	32,4 %	16,5 %	14,9 %	45,6 %
Internetseiten zu Familien- und Erziehungsthemen	23,1 %	16,6 %	9,1 %	68,0 %

Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

Die Anteile derjenigen Befragten, die spezielle Medien für Eltern mindestens „mehrmals im Jahr“ nutzen, liegen zwischen 47,6 % bei der Nutzung von Elternzeitschriften und 23,1 % beim Ansehen von Internetseiten. Informationsbroschüren von Einrichtungen und Ämtern (45,3 %), Elternratgeber in Buchform (34,7 %) und Elternbriefe (32,4%) liegen dazwischen. Damit erweisen sich Elternzeitschriften und Informationsbroschüren von Einrichtungen und Ämtern als die wichtigsten Medien für Eltern, wenn es um Fragen der Familie und Erziehung geht. Der sehr niedrige Anteil an Eltern, die Informationsbroschüren nie nutzen (12,9 %), weist – trotz des höheren Anteils an Intensivnutzern bei Elternzeitschriften und Elternratgebern in Buchform – auf die letztlich beste Erreichbarkeit von Eltern durch Informationsblätter und -broschüren hin: 87,1 % der befragten Eltern können grundsätzlich durch Informationsblätter und -broschüren erreicht werden. Das ist ein erheblich höherer Anteil als bei allen anderen abgefragten Medien.

4.4 Nutzung familienbildender Angebote

Ein wichtiges Ziel der Elternbefragung war es, Anhaltspunkte über die Kenntnis und Nutzung familienbildender Angebote zu erlangen. Gerade vor dem Hintergrund der bei vielen Eltern festzustellenden Tendenz, Beratung und Hilfe von außen erst dann in Anspruch zu nehmen, wenn Probleme schon ein gravierendes Ausmaß erreicht haben, ist die Bedeutung der Familienbildung als präventives Angebot nicht zu unterschätzen. Die Eltern in der Stichprobe wurden deshalb auch danach befragt, ob sie Angebote der Familienbildung kennen und ob sie solche Angebote nutzen.

Kenntnis und Nutzung familienbildender Angebote

Hinsichtlich der Kenntnis und Nutzung von familienbildenden Angeboten als präventive Möglichkeit der Information und Weiterbildung, lassen sich zunächst ganz grob fünf Gruppen von „Nutzern“ bzw. „Nichtnutzern“ unterscheiden. Sie sind in Tab. 6 dargestellt. Die Gruppen resultieren aus der Kombinationen zweier Fragenkomplexe: zum einen nach dem Wissen über familienbildende Angebote und zum anderen nach der Nutzung solcher Angebote.

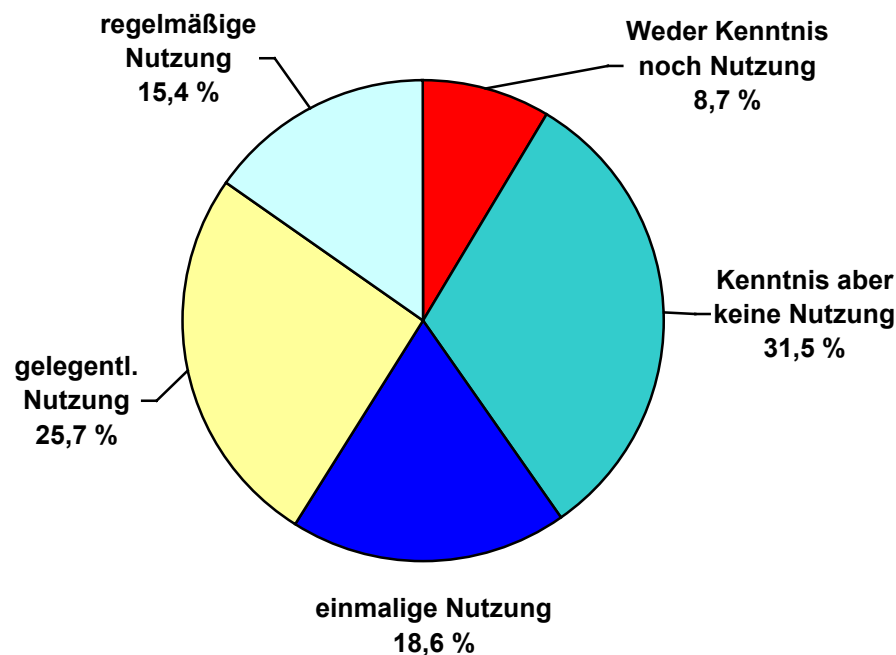
Knapp jede/r zehnte Befragte (8,7 %) gibt an, keine familienbildenden Angebote zu kennen. Etwas weniger als ein Drittel (31,5 %) der Befragten hat zwar von Familienbildung gehört, bislang aber keine Angebote in Anspruch genommen. Zusammengenommen bilden diese beiden Gruppen die sogenannten „Nichtnutzer“ mit einem Anteil von 40,2 % der Befragten.

59,7 % der Befragten geben im Gegensatz dazu an, familienbildende Angebote schon einmal in Anspruch genommen zu haben. Diese Gruppe setzt sich aus Personen zusammen, die einmal ein Angebot genutzt haben (18,6 %), aus Personen, die gelegentlich Veranstaltungen der Familienbildung besuchen (25,7 %) und aus regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzern (15,4 %).

In all diesen Gruppen zeigen sich keine größeren Unterschiede hinsichtlich Alter, Geschlecht oder Bildung, d.h. das weitverbreitete Bild einer Mittelschichtorientierung der Familienbildung lässt sich mit den Ergebnissen dieser Studie weder direkt belegen noch widerlegen. Es zeigen sich zwar Hinweise darauf, dass auch in Nürnberg eher Mütter, eher jüngere Eltern bzw. Eltern mit jüngeren Kindern und eher Eltern mit mittlerer oder höherer Bildung von familienbildenden Angeboten erreicht werden, die Unterschiede sind jedoch nicht signifikant und können daher nicht als hinreichender Beleg gelten. Keinesfalls klar zu definieren ist die Gruppe derjenigen Eltern, die Familienbildung nicht

in Anspruch nehmen. Mütter und Väter, die Familienbildung weniger oder nicht nutzen, kommen aus allen Schichten und Bildungsstufen und sind nicht auf eine homogene Gruppe festzulegen.

Abb. 4: Nutzergruppen familienbildender Angebote



Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

Art und Veranstalter der genutzten Angebote

Nachgefragt werden von Eltern generell vor allem Angebote der Geburtsvorbereitung (70,0 %), Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen (44,7 %) sowie Angebote zur Erziehung und Entwicklung des Kindes (22,9 %). Bei einmaliger Nutzung stehen Angebote der Geburtsvor- und -nachbereitung an erster Stelle, regelmäßige Kursbesuche beziehen sich überwiegend auf Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen.

Als Veranstalter der genutzten Angebote werden hauptsächlich Bildungseinrichtungen (41,7 %), Seelsorgeeinrichtungen (23,3 %) und selbstorganisierte Gruppen bzw. Selbsthilfegruppen (17,8 %) genannt (vgl. Tab. 4). Knapp die Hälfte (47,2 %) der besuchten Veranstaltungen wurden von anderen Trägern angeboten.

Tab. 4: Veranstalter der genutzten Angebote

Veranstalter	Anteil der Nennungen
Bildungseinrichtungen (z. B. Volkshochschulen, kirchliche Kreisbildungswerke)	41,7 %
Seelsorgeeinrichtungen (z. B. Pfarrämter und Kirchengemeinden)	23,2 %
Selbstorganisierte Gruppen (z.B. Kindergruppen, Elterninitiativen)	17,8 %
kommunale oder staatliche Stellen (z. B. Jugendamt)	12,2 %
Gesundheitsämter und Beratungsstellen	12,2 %
Einrichtungen der Jugendhilfe (z.B. Kinderbetreuungseinrichtungen, Jugendtreffs)	8,3 %
Einrichtungen der Wohlfahrtspflege (z. B. Caritas oder Arbeiterwohlfahrt)	7,2 %
Sonstige	47,2 %

Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

Barrieren gegenüber einer Nutzung familienbildender Angebote

Ziel der Untersuchung war auch, Informationen darüber zu gewinnen, warum Eltern von familienbildenden Angeboten keinen Gebrauch machen. Wie oben bereits ausgeführt, geben 40,2 % der befragten Eltern an, Angebote der Familienbildung nicht zu nutzen – sei es aus Unkenntnis solcher Angebote, sei es trotz Kenntnis. Beide Gruppen wurde nach ihren Gründen gefragt, warum sie familienbildende Angebote nicht in Anspruch nehmen. Die am häufigsten angeführten Gründe lassen sich grob in zwei Kategorien einteilen:

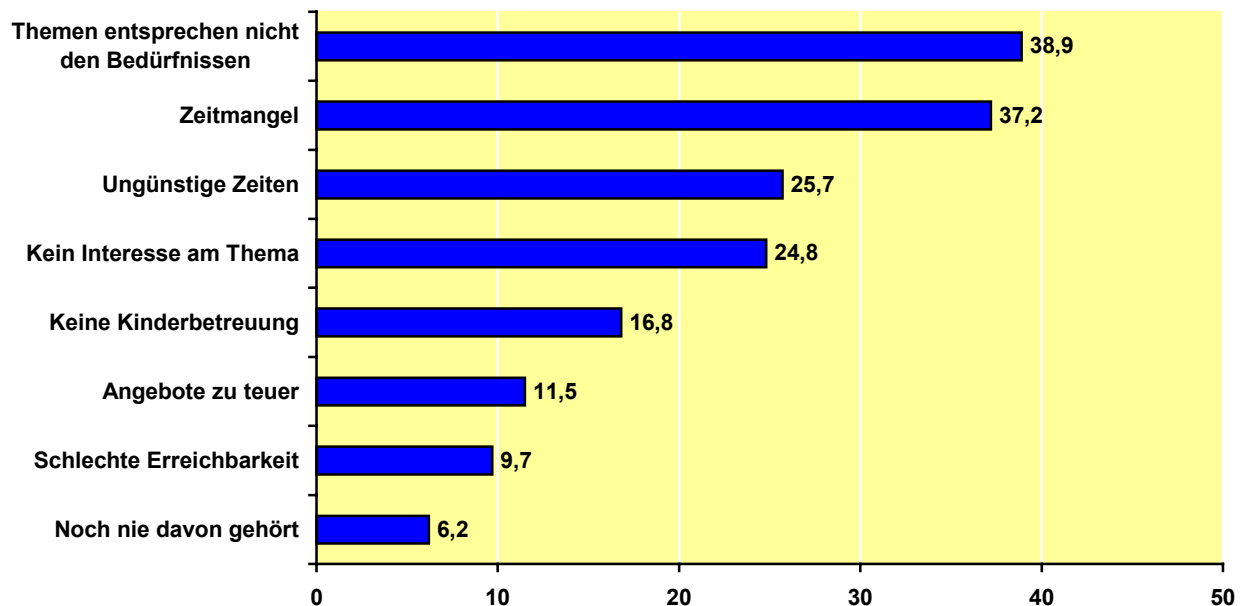
- organisatorische Gründe
- inhaltliche Gründe

Bei den organisatorischen Gründen dominiert Zeitmangel als Argument für eine fehlende Inanspruchnahme von familienbildenden Angeboten. 37,2 % der „Nichtnutzer“ geben diesen Grund an. Eine zweite Nutzungsbarriere – von 25,7 % der befragten „Nichtnutzer“ angegeben – stellen ungünstige Öffnungs- und Kurszeiten dar.

Als inhaltliche Gründe sind insbesondere die beiden folgenden Antwortkategorien zu werten: 38,9 % derjenigen Befragten, die Angebote der Familienbildung nicht nutzen geben an, dass die angebotenen Themen nicht ihren Bedürfnissen entsprechen, weite-

re 24,8 % sagen, dass sie kein Interesse an den angebotenen Themen haben. Diese Angaben sind sehr ernst zu nehmen, weisen sie doch auf eine nicht zureichende Bedarfsgerechtigkeit der Angebote hin.

Abb. 5: Gründe für Nichtnutzung familienbildender Angebote



Quelle: ifb-Elterbefragung Nürnberg 2002

4.5 Aufbereitung und Zugangsweg der Information

Im Rahmen der Studie wurde auch erhoben, welche Art von Informationen bei Eltern „ankommt“ und wie eine Aufbereitung von Informationen aussehen sollte, wenn sie für Eltern ansprechend sein soll. Auch die Frage des Zugangsweges wurde angesprochen.

Gewünschte Aufbereitung von Informationen

Eltern wollen keine komplizierten, langatmigen Abhandlungen, sondern sie wollen verständlich, neutral und anwendungsorientiert auf hohem Niveau informiert werden. Dies ist die zentrale Aussage, die sich aus den Aussagen der befragten Eltern über ihre Wünsche herauslesen lässt. Bei diesem Thema scheinen sich Eltern auch weitgehend einig zu sein, da sich hier kaum Unterschiede nach Alter, Bildung oder anderen Merkmalen nachweisen lassen.

Wie Tab. 5 zeigt, sind einfache und allgemeinverständliche Formulierungen offenbar das wichtigste Kriterium bei der Vermittlung von Informationen. 95,7 % der befragten Eltern sagen dies auf die Frage nach der gewünschten Aufbereitung von Informationen. Neben allgemeinverständlichen Formulierungen werden bei Informationsmaterial konkrete Fallbeispiele (83,5 %) und klare Handlungsanweisungen (81,5 %) von den meisten Eltern als hilfreich empfunden.

Die meisten Eltern erwarten, dass in Informationsmaterialien aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse berücksichtigt werden (82,8 %), und sie möchten in neutraler Form informiert werden (86,1 %). Drei von vier Befragten möchten auch nicht viel Zeit investieren und wünschen daher Informationen in möglichst knapper Form (76,8 %). Eine eher ausführliche Darstellung hält nur jede/r zweite Befragte für ansprechend. Bilder oder grafische Darstellungen (68,4 %) sowie Checklisten (65,0 %) finden jeweils rund zwei Drittel der Befragten wichtig.

Tab. 5: Gewünschte Aufbereitung von Informationen

Kriterien	wichtig
einfache, allgemeinverständliche Formulierungen	95,7 %
neutrale Information	86,1 %
konkrete/praktische Fallbeispiele	83,5 %
neueste wissenschaftliche Erkenntnisse	82,8 %
klare Handlungsanweisungen	81,5 %
eine möglichst knappe Darstellung	76,8 %
Bilder oder grafische Darstellungen	68,4 %
Checklisten	65,0 %
eine eher ausführliche Darstellung	46,9 %

Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

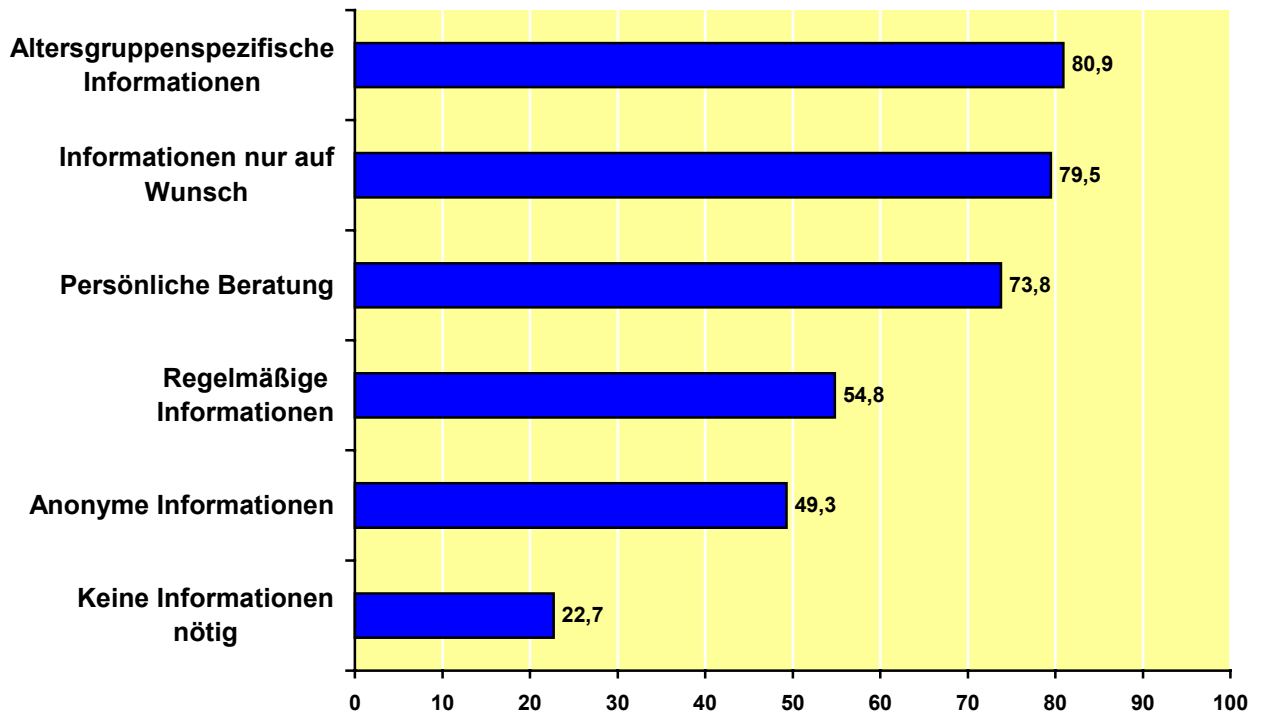
Form und Zugangsweg von Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen

Neben den Fragen, wie sie sich Informationen ganz generell wünschen, wurden die Eltern im Rahmen der Studie auch gefragt, in welcher Form und auf welchem Weg sie speziell Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen wünschen (vgl. Tab. 9).

Am größten ist die Zustimmung der Befragten zu altersspezifisch aufbereiteten Informationen. 80,9 % der befragten Eltern möchten Informationen, die auf das Alter ihrer Kinder und die damit aktuell anstehenden Fragen zugeschnitten sind. Dieses Ergebnis ist

ein weiteres Argument für die oben formulierte Vermutung, dass Eltern – gerade von älteren Kindern und Jugendlichen – nicht an Informationen „für Eltern“ oder „für Familien“ interessiert sind, sondern zielgenaue, an konkreten Erziehungssituationen orientierte Angebote und Informationen wünschen.

Abb. 6: Gewünschte Form und gewünschter Zugangsweg von Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen



Quelle: ifb-Elternbefragung Nürnberg 2002

Vier von fünf Eltern möchten Informationen nicht ungefragt erhalten, sondern wünschen diese nur auf Anforderung (79,5 %). Über die Hälfte der Befragten möchte demgegenüber gerne regelmäßig mit Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen versorgt werden (54,8 %). Diese beiden Ergebnisse stehen in einem gewissen Widerspruch, da offenbar manche Eltern beiden Optionen zustimmen. Sie können aber auch so gelesen werden, dass Eltern sich die grundsätzliche Entscheidung darüber, ob sie Informationen wünschen, vorbehalten, dann aber, wenn sie sich dafür entschieden haben, gerne regelmäßig informiert werden möchten. Auch können sich die Informationsbedürfnisse von Eltern im Laufe der Jahre verändern: Während viele Eltern es als hilfreich empfinden, kurz nach der Geburt des ersten Kindes regelmäßig Informationen zu erhalten, wie z.B. die Elternbriefe, fühlen sie sich zu anderen Zeiten möglicherweise durch un-aufgeforderte Zusendungen bedrängt oder bevormundet.

Was die Form der Information und Beratung angeht, geben fast drei Viertel (73,8 %) der Mütter und Väter an, dass sie eine persönliche Beratung bevorzugen. 49,3 % der Befragten hätten dagegen lieber die Möglichkeit, sich anonym zu informieren, z.B. durch gedrucktes Informationsmaterial. Sicherlich kann man daraus nicht folgern, dass manche Eltern nur persönliche und andere nur anonyme Information und Beratung suchen. Denkbar ist vielmehr, dass je nach konkreter Situation und Problemlage unterschiedliche Formen bevorzugt werden, z.B. zur Erstinformation gedrucktes Material, bei gravierenderen Problemen dann ein persönliches Gespräch.

Knapp jede/r Vierte (22,7 %) der befragten Eltern gibt an, keine Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen zu benötigen. Dies scheinen tendenziell Eltern zu sein, die in erster Linie auf ihre eigenen Erziehungskompetenzen vertrauen, im Erziehungsalltag weniger unsicher sind und auch den Angeboten der Familienbildung reserviert gegenüberstehen. Offenbar gibt es eine Gruppe von Eltern, die generell Angebote von außen skeptisch betrachtet und weniger zugänglich für Informationen und Hilfen ist. Sie ist jedoch nicht auf eine bestimmte Bevölkerungsschicht festzulegen.

Zur Aufbereitung und zur Verbreitung von Information und Beratung ergibt sich insgesamt also ein zweigeteiltes Fazit: Hinsichtlich der Aufbereitung von Informationen lassen sich einige Kriterien der „Nutzerfreundlichkeit“ ausmachen, über die weitgehend Einigkeit bei den befragten Eltern herrscht. Beim Zugangsweg bzw. bei der Ansprache von Eltern dagegen werden sehr unterschiedliche und auch widersprüchliche Erwartungen deutlich, so dass hier ein breites Spektrum an Instrumenten – neben gedrucktem Material wird hier insbesondere auch dem persönlichen Gespräch ein hoher Stellenwert zugewiesen – sinnvoll erscheint.

Jugendamt



STADT NÜRNBERG

Stadt Nürnberg, Jugendamt, Kampagne Erziehung
Feldgasse 37, 90489 Nürnberg
Telefon: 0911/ 231-2298 – **Telefax:** 0911/ 231-3384
e-mail: kampagne-erziehung@j.stadt.nuernberg.de
Internet: <http://www.kampagne-erziehung.de>

Gefördert durch das Bayerische Staatsministerium
für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen

